

Aftermarket e service: l'officina diventa digitale

**MotorK presenta GarageK, la divisione digitale per migliorare
la presenza online delle officine**

***Business da digitalizzare: il 30% dei service post-vendita non ha un sito web.
MotorK punta a 1000 clienti entro la fine del 2018***

Milano, ottobre 2018 – Tagliando, cambio gomme, revisione, carrozzeria: è da queste parole che gli automobilisti cominciano a cercare online l'officina giusta a cui rivolgersi. Se una volta affidarsi al meccanico di fiducia era un'abitudine consolidata, oggi il percorso di acquisto del cliente service è diventato ben più articolato e, soprattutto, centrato sull'online. **MotorK** (<https://www.motork.io/it>), l'azienda italiana che sta rivoluzionando il mercato europeo del *digital automotive*, annuncia la creazione di una nuova divisione digitale, **GarageK**. Pensata espressamente per rispondere alle **esigenze delle officine**, GarageK (<https://www.garagek.it>) è una piattaforma di *software-as-a-service* che permetterà agli operatori di questo comparto di gestire, in maniera funzionale e immediata, le richieste di preventivo, le prenotazioni, la pubblicazione di promozioni e le campagne marketing.

L'universo delle officine italiane è ancora lontano dal definirsi digitalizzato: secondo una ricerca condotta da MotorK, circa **il 30% dei service post-vendita non ha un sito web** e il **10% pensa che non sia utile per il proprio business**. Non solo: tra coloro che hanno il sito web, il 55% non ha ancora predisposto un servizio di prenotazione online. Solo il 29% del campione ha dichiarato di aver stabilito un budget per la strategia digitale dell'azienda.

Considerando che **le ricerche online riguardanti il service sono aumentate del 300% dal 2015 ad oggi*** e che il **66% degli automobilisti ha utilizzato internet prima di portare l'auto in officina****, diventa chiaro che la tendenza degli utenti è quella di cercare, confrontare e scegliere l'officina online, prenotando il proprio appuntamento tramite il sito. Più di **metà delle ricerche che riguardano ricambi, assistenza e manutenzione meccanica sono effettuate da dispositivi mobile***. Avere un sito responsive è fondamentale per intercettare anche gli utenti che cominciano il proprio *customer journey* online e in mobilità: infatti, oltre la metà degli utenti che utilizza i dispositivi mobile per cercare un servizio di assistenza meccanica chiama l'officina proprio a partire dal risultato della ricerca effettuata*. Offline e online non sono più due realtà differenti, ma aspetti complementari e inestricabili di un unico processo di acquisto.

Cercando la giusta officina a cui rivolgersi, gli utenti si aspettano di trovare elementi che li aiutino nella scelta: **prezzi, semplicità, velocità e qualità del servizio**. Diventa sempre più indispensabile per i service avere una presenza online efficace, a partire da un sito web con

informazioni facilmente reperibili e la possibilità di prenotare un servizio in modo rapido. Questa necessità diventa ancora più rilevante se si pensa che più del 40% delle richieste che giungono al service dagli automobilisti necessitano un intervento di riparazione e non di routine o manutenzione*, e comportano quindi tempistiche più rapide.

«Il settore del digital automotive ha fatto molti passi avanti negli ultimi anni – dichiara Marco Marlia, fondatore e CEO di MotorK, società proprietaria del marchio GarageK. – Dalla configurazione online alle concessionarie, il digitale ha cambiato il lavoro di chi vende auto. Quello che mancava però era uno strumento ad hoc per la parte di aftermarket e di service, in modo da offrire una gamma di prodotti digitali che non solo innovino l’esperienza di acquisto, ma cambino radicalmente anche l’esperienza degli utenti una volta diventati proprietari di un’auto. Per i service aftermarket è cruciale riuscire a incrementare le visite in officina e questo obiettivo è raggiungibile soltanto se le aziende sono presenti dove gli utenti le cercano: online».

Sono già centinaia le aziende che hanno scelto GarageK come supporto nel loro processo di digitalizzazione: **l’obiettivo di MotorK è raggiungere quota mille clienti di GarageK entro la fine del 2018**. Questo nuovo servizio va ad aggiungersi all’offerta di prodotti che l’azienda italiana offre all’industria automobilistica, tra cui **DriveK** - il più grande marketplace per auto nuove d’Italia - **DealerK** - la piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie - e **Internet Motors**, la divisione che si occupa di eventi e formazione nell’ambito del digital marketing. GarageK è già attiva nel mercato italiano ed è in fase di avvio nelle altre nazioni in cui opera l’azienda: Francia, Spagna, Germania e Gran Bretagna.

*Fonte: 2017 Google/Critical Mix Fixed Ops Study, U.S.

**Fonte: ICDP, Consumer Survey 2016

Su MotorK

MotorK è un’azienda digitale europea che aiuta l’industria automobilistica a potenziare il proprio business attraverso una innovativa combinazione di competenze digitali, marketing online e grande esperienza tecnologica. Nata in Italia nel 2010, è rapidamente diventata una delle aziende più importanti nello scenario del digital automotive, nonché un partner di fiducia per oltre il 90% delle case automobilistiche attive sul mercato europeo. Con una crescita a tre cifre anno su anno, l’azienda è riuscita ad allargare la propria attività dall’Italia alla Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. MotorK ha sviluppato e consolidato una vasta offerta di prodotti e servizi per l’industria automobilistica, come **DriveK** (il più grande marketplace per auto nuove d’Italia), **DealerK** (una piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie) e **Internet Motors** (eventi e formazione nell’ambito del digital marketing).

Ufficio Stampa MotorK

Vittoria Giannuzzi

vittoria.giannuzzi@motork.io

+39 392 9252595

Alessia Clusaz

alessia.clusaz@motork.io

+39 371 3771779